CANADEXPORT

Volume 23 > Numéro 11

DANS CE NUMÉRO > LE SECTEUR DE L'ENVIRONNEMENT AU MEXIQUE >

L'ambassade du Canada en Hongrie déménage

À la mi-juin, l'ambassade du Canada en Hongrie quittera ses locaux actuels, situés dans les collines de Buda, pour s'installer au centre-ville de Budapest. La nouvelle chancellerie occupera une partie d'un édifice à bureaux conçu par CMA International de Calgary et récemment construit par le groupe Canada Square.

La nouvelle chancellerie de l'ambassade du Canada à Budapest, en Hongrie.

L'établissement de la nouvelle chancellerie constituera un point saillant de la riche et longue relation qu'entretiennent le Canada et la Hongrie. Depuis des décennies, surtout depuis le soulèvement populaire de 1956, la Hongrie est une importante source d'émigrants à destination du Canada.

Au début des années 1990, lorsque la Hongrie a abandonné le socialisme au profit d'une économie de marché, elle est devenue une destination très prisée de l'investissement étranger direct (IED) dans les pays de l'Est. D'importants investisseurs canadiens, dont Alcan, ATCO, Bombardier, General Woods and Veneers, Lab Clinics, Linamar, Magna, Minacs, Rio Alto, Semex Alliance, Wescast et Zenon, ont créé des emplois pour environ 5 000 Hongrois. Les investisseurs immobiliers canadiens ont aussi participé à la transformation de Budapest et d'autres villes hongroises, entre autres par l'intermédiaire des projets du West End Shopping Centre, de l'hôtel Gresham Four Seasons et des espaces de bureau et de vente au détail Varkert.

Au cours des cinq dernières années, l'économie hongroise a crû en moyenne de 4 % par année, se classant ainsi parmi les économies les plus dynamiques du monde pour cette période. L'entrée de la Hongrie dans les rangs de l'Union européenne (UE), en mai 2004, devrait alimenter davantage encore la croissance économique du pays. En 2004, la valeur de l'IED réalisé en Hongrie s'établissait à quelque 4,7 milliards de dollars, ce qui a permis au pays de reconquérir le premier rang parmi les destinations d'IED en Europe de l'Est.

La majorité de ces investissements sont attribuables à la vitesse soutenue de la croissance de l'économie de la Hongrie, à sa position centrale en Europe, à la compétence de sa main-d'œuvre et à l'importance que le pays accorde aux communications.

La Hongrie, qui compte un peu plus de 10 millions d'habitants, forme un marché de taille relativement petite. Cependant, comme la majorité des pays de l'UE et de leurs voisins se trouvent à moins d'une journée de route de Budapest, la Hongrie constitue en Europe l'un des meilleurs centres de distribution et de prestation de services d'entreprise. Comme, en outre, les prix des propriétés en Hongrie sont relativement faibles, la main-d'œuvre y est qualifiée, et les infrastructures s'améliorent rapidement; nombre de multinationales, dont General Electric, Flextronics, Nokia et Alcoa, ont choisi de faire de la Hongrie leur centre d'activité pour la région ou pour l'Europe.

Les investissements nationaux et étrangers ont créé des débouchés dans l'industrie des transports, particulièrement dans les domaines de la logistique, du développement des aéroports et des systèmes ferroviaires urbains et légers. Des entreprises canadiennes ont remporté du succès dans l'industrie des technologies de l'information, la Hongrie continuant d'attirer les investissements en tant que centre de fabrication et faisant de plus en plus figure de centre de recherche-développement dans le domaine des logiciels. La nécessité, pour les pays qui joignent les rangs de l'UE, de mettre

voir page 5 - Hongrie

Commerce international Canada | International Trade Canada

Canada

2007-01885/

Les bijoux inuits et autochtones étincelleront au Japon cette année

Nagoya, Japon > Afin de tirer parti des occasions d'affaires qui se présentent dans la foulée de l'Exposition internationale de 2005 à Aichi au Japon, le consulat du Canada à Nagoya contribue à la promotion de l'exposition de vente au détail Box of Light, qui présentera des bijoux inuits et autochtones et qui aura lieu du 6 au 12 juillet dans l'un des grands magasins de la prestigieuse chaîne japonaise Takashimaya. C'est sans doute en raison de l'excellente réputation du Canada au Japon que cette chaîne a consenti pour une première fois à présenter une exposition de ce genre. Quoi qu'il en soit, les consommateurs japonais bénéficieront d'un vaste choix de bijoux d'art.

Sera présent à cette exposition le maître-orfèvre Mathew Nuqingaq, originaire de Broughton Island au Nunavut. Artiste de renom, M. Nuqingaq enseigne le dessin et la fabrication de bijoux au Nunavut Arctic College d'Iqaluit, au Nunavut. Le style unique de ses bijoux illustre par des moyens d'expression très modernes la vie des Inuits. En plus de proposer des démonstrations d'orfèvrerie et de faire des gravures personnalisées, il se livrera à des numéros de chant, de danse et de tambour.

Sera également présente Nancy Nightingale, propriétaire de la Khot-la-cha Coast Salish Gallery, située à North Vancouver, en Colombie-Britannique. Elle présentera un assortiment de bijoux en argent fabriqués par des Autochtones de la côte Nord-Ouest du Canada. La symbolique des animaux représentés sur ces bijoux, notamment l'aigle, l'oiseau-tonnerre, l'oiseau-mouche, le loup et l'ours, saura sans aucun doute éveiller la sensibilité des consommateurs japonais.

Dans le cadre d'une activité spéciale organisée par le gouvernement canadien et destinée à attirer des acheteurs potentiels et des représentants des médias, les Japonais pourront admirer à nouveau les collections de bijoux de Mathew Nuqingaq et de Nancy Nightingale le 11 juillet prochain au pavillon du Canada à l'Exposition internationale de 2005.

Renseignements : Rosi Niedermayer, Commerce international Canada, courriel : rosi.niedermayer@international.gc.ca, ou Hiromi Sawaki, consulat du Canada à Nagoya, courriel : hiromi.sawaki@international.gc.ca, sites Web : www.khot-la-cha.com (Khot-la-cha Gallery), www.expo2005canada.gc.ca (le Canada à Expo 2005).

Promotion des exportations et associations commerciales

Au cours de 2005-2006, 55 associations commerciales nationales recevront, de la part du Programme de développement des marchés d'exportation, une aide financière de plus de 3 millions de dollars pour encourager la promotion des exportations canadiennes sur les marchés étrangers.

Ce programme a pour mandat d'aider les associations commerciales ou industrielles sans but lucratif et à vocation nationale à entreprendre ou à intensifier leurs activités de commercialisation à l'étranger au profit du secteur d'activité qu'elles représentent. Cette aide gouvernementale vise à mettre en œuvre des projets qui profiteront principalement aux PME.

Renseignements : www.international.gc.ca/pemd/tradeassociations/assist-fr.asp.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Yen Le, Aaron Annable, Jean-Philippe Dumas

SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7124
Téléc. : (613) 992-5791
canadexport@international.gc.ca

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
225, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Le bois canadien : bâtir une image de marque en Chine

L'économie chinoise poursuit sa croissance à un rythme remarquable; selon les dernières statistiques, elle se situe à 9,5 % pour le premier trimestre de 2005. Cet essor a donné lieu à une nouvelle classe de riches consommateurs en quête de produits de première qualité, y compris de logements. Les constructions canadiennes à ossature de bois de renommée internationale font maintenant leur entrée sur le marché chinois, et 10 millions de logements sont mis en chantier chaque année.

Les responsables du Programme canadien d'exportation des produits de bois (PCEPB) des bureaux de Beijing et de Shanghaï dirigent les efforts de promotion des solutions de logement à ossature de bois à bon rendement énergétique. Le programme Produits de bois canadien, mis sur pied par Ressources naturelles Canada, vise à accroître les possibilités commerciales à l'étranger. En plus de promouvoir le Canada comme un excellent fournisseur de produits de bois de qualité, le programme cofinance des bureaux à l'étranger et appuie des projets tels que l'élaboration d'études de marchés, de programmes de formation technique, de codes du bâtiment et de prévention des incendies, ainsi que d'activités d'homologation. Il bénéficie de l'aide financière d'associations sectorielles de même que des gouvernements fédéral et provinciaux. Quelque 75 % de ses activités ciblent l'Asie, et surtout la Chine.

L'an dernier a marqué un tournant pour Produits de bois canadien en Chine. En effet, en 2004, la Chine a adopté un nouveau code de conception des structures en bois d'œuvre qui s'inspire de principes canadiens de conception de charpentes et de classement du bois. Le Canada peut se féliciter de cette victoire en Chine, où nos produits seront maintenant aisément reconnaissables sur le marché de la construction à ossature de bois.

Au mois d'août dernier, Produits de bois canadien, le consulat général du Canada à Shanghaï, l'organisme BC Forestry Innovation Investment et les bureaux provinciaux du Québec, de l'Alberta et de l'Ontario ont organisé un colloque pour faire découvrir aux promoteurs chinois la construction à ossature de bois de type canadien. L'objectif était de mettre le Canada en valeur comme vendeur et comme conseiller en matière d'utilisation des produits de bois.

Les Chinois ne connaissent pas encore très bien les méthodes et les technologies de la construction à ossature de bois. Aussi les membres du PCEPB ont-ils créé un centre de services pour la construction à ossature de bois à Shanghaï, organisme bénévole composé de promoteurs, de constructeurs, de concepteurs et d'architectes chinois de maisons à ossatures de bois. Son mandat consiste à fournir des conseils techniques aux constructeurs chinois.

Ces efforts portent fruit. Avant la création du programme Produits de bois canadien, les ventes de bois canadien à la Chine s'élevaient à moins de 5 millions de dollars par mois. Aujourd'hui, nos exportations ont doublé pour atteindre plus de 100 millions de dollars par année, et la Chine est devenue le 4e acheteur mondial de bois canadien.

Les « villas » à ossature de bois (résidences unifamiliales) connaissent une popularité croissante chez la nouvelle classe de consommateurs des environs de Shanghaï. Les projets d'envergure de forte inspiration canadienne sont courants. Ces tendances se sont traduites par de très intéressants débouchés à l'exportation pour les marchands de bois, constructeurs, architectes et fournisseurs de produits d'habitation du Canada.

L'objectif visé est plus ambitieux. Pour le moment, les ventes sont limitées parce que le code du bâtiment ne fait pas mention des ossatures de bois pour habitations multifamiliales. Produits de bois canadien cherche à combler cette lacune en instituant des programmes adéquats.

Produits de bois canadien contribue également au développement des compétences commerciales et techniques locales et a créé, à cette fin, des partenariats avec des écoles professionnelles, des facultés de génie et le Centre de formation immobilière de Shanghaï.

Dans l'ensemble, Produits de bois canadien se veut un modèle de partenariat entre gouvernement et associations de l'industrie qui œuvrent pour assurer l'essor des marchés étrangers dans l'intérêt des entreprises canadiennes.

Renseignements : Jeff Serveau, gestionnaire, Produits de bois canadien, RNCan, tél. : (613) 947-9042, courriel : jserveau@nrcan.gc.ca, site Web : www2.nrcan.gc.ca/cfs-scf/Canada_wood.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Êtes-vous un exportateur canadien ou êtes-vous prêt à exporter? Avez-vous choisi vos marchés cibles et effectué des recherches à leur sujet? Passez-vous des heures à examiner des tonnes de pages Web à la recherche de bons renseignements sur vos marchés? Si vous avez répondu « oui » à ces questions, inscrivez-vous comme client du Service des délégués commerciaux du Canada et obtenez une page Web personnalisée.

Il est primordial d'agir à temps

Un avis reçu en temps opportun concernant de bons clients potentiels ou une information commerciale de premier intérêt peut faire toute la différence pour votre entreprise en vous avertissant de l'existence d'un nouvel acheteur, d'un nouveau marché ou d'une occasion de faire de bonnes affaires. Nous savons que vous n'avez pas toujours le temps de chercher ce type d'information, c'est pourquoi nous avons amélioré notre système de notification afin qu'il vous soit plus facile d'obtenir l'information souhaitée lorsque vous le désirez.

Vous avez maintenant la possibilité de demander à votre Délégué commercial virtuel de vous avertir des occasions d'affaires et de vous envoyer l'information sur les marchés tous les jours, toutes les semaines ou tous les mois. Vous pouvez même choisir le jour précis de l'envoi.

Dès que vous aurez choisi une fréquence à votre convenance, vous recevrez un bulletin d'information par courriel réunissant automatiquement des renseignements adaptés au profil de votre entreprise. Il n'y a aucune recherche à faire; votre inscription vous donne directement accès aux liens portant sur les occasions d'affaires, les études de marchés ou les articles qui vous concernent.

Il vous suffit de choisir la fréquence à laquelle vous souhaitez recevoir l'information et de laisser le Délégué commercial virtuel faire le reste.

Comment choisir votre fréquence de notification

- Allez à « Votre compte »
- Cliquez sur « Modifier ou annuler votre abonnement... »
- Choisissez « Quotidien, Hebdomadaire ou Mensuel »
- Sauvegardez votre choix

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada et recevoir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Franchisage : nouveaux débouchés en Europe centrale

Budapest, Hongrie, du 28 au 30 septembre 2005 > La deuxième édition du **Hungarian BuyBrand Show and International Franchise Expo** comptera assurément parmi les plus importantes foires de franchisage d'Europe centrale en 2005. La moitié des exposants à la première édition de cette foire étaient Hongrois, mais les organisateurs ont lancé une invitation à des associations nationales de franchiseurs d'Europe centrale et de l'Est pour la tenue de cette deuxième édition. Quelque 25 % des 3 000 participants à la foire de 2004 provenaient de l'étranger, certains venaient même de Turquie et de Russie, faisant de BuyBrand une foire très importante pour les franchiseurs qui souhaitent prendre de l'expansion dans cette région.

Les économies d'Europe centrale comme la Hongrie sont devenues des marchés très attrayants pour le franchisage. La demande accrue de produits et services que n'offrent pas nécessairement les fournisseurs locaux, le meilleur accès au financement et les avantages liés au recours à des modèles d'affaires ayant fait leurs preuves ont créé des débouchés appréciables, particulièrement dans la fourchette de prix de vente « optimale » des franchises dans la région (entre 30 000 $ et 50 000 $). Des franchiseurs canadiens et étrangers ont déjà remporté du succès en Hongrie et sur d'autres marchés de la région, mais il reste encore d'immenses possibilités d'affaires à exploiter.

Renseignements : ambassade du Canada en Hongrie, tél. : (011-36-1) 392-3351, courriel : bpest-td@international.gc.ca, site Web : www.dakexpo.com.

– suite de la page 1

en place des normes environnementales plus strictes se traduira par une augmentation de la demande de produits et services écologiques, particulièrement dans le domaine des énergies renouvelables. La forte croissance économique enregistrée par la Hongrie ces dernières années a aussi accru le pouvoir d'achat des Hongrois, dont la demande de produits et services de consommation augmente, principalement en ce qui concerne les produits agroalimentaires transformés, l'éducation et le tourisme. Elle a aussi eu une incidence sur la demande de produits de construction, les Hongrois mettant de plus en plus l'accent sur les constructions à ossature de bois et d'acier, les logements éconergétiques et l'efficacité énergétique.

En 2005, l'ambassade du Canada à Budapest coordonnera des activités de promotion du commerce dans les domaines des produits de construction, des énergies renouvelables, du franchisage, de l'enseignement des langues, des aliments et des boissons, entre autres. Le Service des délégués commerciaux du Canada serait heureux de vous venir en aide et de faire connaître votre entreprise en Europe centrale.

Renseignements : ambassade du Canada en Hongrie, courriel : bpest-td@international.gc.ca, site Web : www.kanada.hu.

Les délégués commerciaux du Canada en poste en Hongrie sont aussi chargés de la promotion du commerce en Slovénie. Ce pays, qui a joint les rangs de l'UE en 2004 et qui profite de l'un des PIB par habitant les plus élevés parmi les nouveaux membres de l'UE, offre des débouchés aux entreprises canadiennes qui exercent leurs activités dans les domaines de l'environnement, de l'agroalimentaire et de la technologie. Les entreprises slovènes comptent parmi les plus importants investisseurs de la région à destination de l'Europe du Sud-Est et sont des partenaires potentiels intéressants pour les entreprises qui souhaitent faire affaire sur les marchés de la Croatie, de la Serbie-Monténégro et de la Bulgarie.

Mission à Vienne : un accès à l'Europe centrale et de l'Est

Vienne, Autriche > L'ambassade du Canada en Autriche, en collaboration avec d'autres ambassades du Canada en Europe centrale et de l'Est, a accueilli une mission d'entreprises provenant de partout au Canada et exerçant leurs activités dans différents secteurs à l'occasion de la conférence *Gateway to Central and Eastern Europe*, qui s'est tenue à Vienne, le 13 juin. Cette conférence a permis aux entreprises participantes de forger des liens commerciaux avec leurs homologues autrichiennes et de profiter de leur connaissance des marchés avoisinants d'Europe centrale. La conférence a été suivie de visites d'entreprises coordonnées par l'ambassade du Canada en Hongrie et les ambassades du Canada dans les pays voisins.

Renseignements : Tammy Ames, Commerce international Canada (Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et de la Méditerranée orientale), tél. : (613) 996-7107, courriel : tammy.ames@international.gc.ca.

Environnement : abondance de débouchés au Mexique

Le marché de l'environnement mexicain a affiché une croissance annuelle moyenne de 6 % entre 2002 et 2004 et devrait croître de 10 % par année entre 2005 et 2007. Voici ce qui explique cette croissance :

- Des lois plus strictes incitent maintenant les municipalités et le secteur privé à « mettre de l'ordre dans leurs affaires » et à améliorer les infrastructures antipollution.
- La population mexicaine se montre plus sensible à la nécessité du développement durable.
- Le Mexique a adhéré à plusieurs traités multilatéraux et doit donc se conformer aux règlements environnementaux.
- La banque de développement mexicaine BANOBRAS considère comme prioritaire le financement des projets d'infrastructure écologique.
- La participation du secteur privé à l'investissement et à l'exploitation de l'infrastructure environnementale s'est intensifiée.

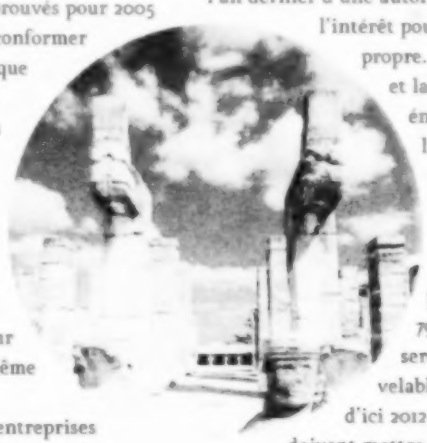
Conformément aux normes d'application de la réglementation, les municipalités doivent traiter leurs eaux usées avant de les rejeter dans les plans d'eau publics. Les villes de plus de 20 000 habitants devront se charger de l'épuration de leurs eaux d'ici 2007, et la plupart ne disposent pas de l'infrastructure requise. Plus de 150 projets ont été approuvés pour 2005 afin de permettre aux municipalités de se conformer aux nouvelles normes. Il importe de noter que les municipalités attribuent toujours leurs marchés au moyen d'appels d'offres publics aux termes desquels le prix est le facteur déterminant. Des ententes de construction-exploitation-transfert pourraient être conclues avec de grandes usines des régions métropolitaines. Les sociétés publiques, qui ont toujours besoin de nouvelles installations d'infrastructure pour le traitement des eaux, recourent à cette même méthode d'octroi de contrats.

Les nouvelles lois encouragent aussi les entreprises du secteur privé à se conformer aux normes régissant la qualité de l'eau. Celles qui rejettent chaque jour plus de 1,2 tonne de demande biochimique d'oxygène sont tenues de traiter leurs eaux, et beaucoup d'entre elles ne sont pas dotées de l'infrastructure nécessaire. L'essor touche tous les secteurs industriels, le tourisme et la construction immobilière y compris. Les projets du secteur privé permettront aux entreprises canadiennes de faire preuve de « créativité » et de proposer des solutions financières et techniques avantageuses comparées à celles des entreprises mexicaines.

La majorité des municipalités mexicaines ne disposent que d'une infrastructure vétuste pour la gestion des déchets solides. Les ordures sont déposées dans des dépotoirs en plein air quasiment remplis à capacité et propices à la propagation des maladies. Le gouvernement fédéral et les autorités des États exercent des pressions sur les municipalités pour qu'elles modernisent leurs installations en établissant des zones de déversement contrôlées, qu'elles réduisent les ordures et qu'elles assurent des services de cueillette plus efficaces. La gestion des déchets solides est un autre secteur qui offre d'intéressants débouchés, dont la production de biogaz ainsi que le transport et le confinement des matières dangereuses.

Les millions de pneus abandonnés dans les dépotoirs constituent un énorme problème environnemental au Mexique. La situation est plus critique dans les États du Nord, où certains dépotoirs contiennent jusqu'à 5 millions de pneus. Bien que le gouvernement fédéral, les États et les municipalités s'efforcent de trouver des solutions, des fonds n'ont pas été dégagés pour régler ce problème particulier. Les entreprises canadiennes aptes à proposer un bon projet d'affaires pour le recyclage, la réutilisation ou la transformation des pneus jouiront par conséquent d'un avantage concurrentiel certain.

L'entrée en vigueur du Protocole de Kyoto et l'établissement l'an dernier d'une autorité nationale désignée ont stimulé l'intérêt pour les projets visant un développement propre. En dépit du fait que la législation et la politique environnementales et énergétiques mexicaines n'offrent pas à l'heure actuelle de puissants incitatifs au chapitre des énergies renouvelables et des technologies des carburants de remplacement, l'avenir semble prometteur. Le Mexique prévoit procéder à l'électrification de près de 79 000 collectivités rurales — 3 600 MW seront produits par des énergies renouvelables et des carburants de remplacement d'ici 2012 —, et au moins 45 % des industries doivent mettre sur pied des projets d'efficacité énergétique. Les domaines de la technologie de conversion en gaz naturel des gaz émis par les déchets enfouis, du biodiésel et de transformation du fumier offrent également d'intéressantes possibilités.



Renseignements : Anouk Bergeron-Laliberté ou Rosalba Cruz, déléguées commerciales, ambassade du Canada au Mexique, courriel : mexico.commerce@international.gc.ca, site Web : www.mexico.gc.ca.

Occasions d'affaires à la foire Enviro-Pro 2005 de Mexico

Mexico, Mexique, du 12 au 14 octobre 2005 > L'ambassade du Canada au Mexique, les consulats du Canada à Guadalajara et à Monterrey, Commerce international Canada et E.J. Krause invitent les exportateurs canadiens à participer à la foire **Enviro-Pro 2005**, dans le cadre de laquelle les fabricants et les fournisseurs de l'industrie environnementale pourront présenter leurs produits et services à environ 5 000 visiteurs en quête de matériel et de services environnementaux professionnels à la fine de pointe de la technologie.

Pour que les exposants canadiens profitent de plus amples occasions d'affaires, l'ambassade du Canada au Mexique offrira aux exposants (au coût de 600 $) et aux non-exposants (au coût de 800 $) des services de missions commerciales adaptés à leurs besoins. Parmi les activités et les services offerts, mentionnons :

- une séance d'information sur les secteurs mexicains de l'environnement et du changement climatique;
- la possibilité de présenter un exposé à un séminaire sur les technologies canadiennes;
- des activités de réseautage;
- le jumelage avec des entreprises mexicaines organisé par l'ambassade du Canada;
- une plus grande visibilité pour les entreprises canadiennes nouvellement venues sur ce marché;
- des renseignements sur le marché;
- des rencontres avec des invités de marque;
- une activité spéciale avec les délégués commerciaux et les contacts mexicains de Guadalajara et de Monterrey.

L'espace d'exposition au sein du pavillon du Canada sera attribué selon le principe du premier arrivé, premier servi.

Renseignements : Anouk Bergeron-Laliberté, déléguée commerciale, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-52-55) 5724-7900, courriel : anouk.bergeron-laliberte@international.gc.ca. Pour exposer au pavillon du Canada, communiquez avec Kara Lotto, E.J. Krause (Maryland), tél. : (301) 493-5500, poste 3383, téléc. : (301) 493-5705, courriel : lotto@ejkrause.com, site Web : www.enviropro.com.mx/interna.htm.

Mégafoire de l'habitation et de la construction au Japon

Tokyo, Japon, du 8 au 11 novembre 2005 > Le **Japan Home and Building Show** est le plus important salon de l'habitation et de la construction au Japon. En 2004, plus de 93 000 visiteurs ont assisté à ce salon auquel ont participé plus de 600 exposants. Quelque 185 exposants provenaient de l'étranger : plus de 40 étaient originaires du Canada et les autres venaient des États-Unis, de l'Asie, de l'Europe et de l'Amérique du Sud.

Le Japon est le plus important marché d'exportation outre-mer en ce qui concerne les produits forestiers et les produits de construction canadiens, et le Japan Home and Building Show sera pour les entreprises canadiennes une excellente occasion de démontrer leurs capacités et de tisser des liens avec des représentants et des décideurs de l'industrie de l'habitation japonaise, de même qu'avec des acheteurs qualifiés de la Chine, de la Corée et d'autres pays d'Asie. Parmi les domaines d'activité représentés à cette foire, mentionnons le mobilier, le matériel de soins de santé, l'habitation, la construction, l'immobilier, la climatisation, la plomberie et l'éclairage.

Le plus grand pavillon à la foire de l'année dernière était celui du Canada; il comptait 66 stands qui représentaient, entre autres, des associations sectorielles et des partenaires des gouvernements fédéral et provinciaux. La forte présence du Canada à la foire a attiré l'attention des médias japonais, qui ont souligné la capacité du Canada à satisfaire les exigences des consommateurs japonais en matière de durabilité, d'efficacité énergétique et de respect de l'environnement grâce à une vaste gamme de produits de construction novateurs de haute qualité.

Les entreprises canadiennes sont invitées à exposer au Japan Home and Building Show et peuvent communiquer avec le personnel de l'ambassade du Canada à Tokyo avant la tenue du salon pour recevoir les données les plus récentes sur les marchés de l'habitation et de la construction et des renseignements sur les entreprises japonaises.

Renseignements : Matt Fraser, délégué commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : jpn.commerce@international.gc.ca, ou Joy Vicente, déléguée commerciale, Commerce international Canada, courriel : joy.vicente@international.gc.ca, site Web : www.jma.or.jp/jhbs/english.

Le pavillon du Canada au Japan Home and Building Show.

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Decatur, Illinois (É.-U.)
Du 30 août au 1er septembre 2005
Le **Farm Progress Show** est la plus grande foire d'agriculture en extérieur des États-Unis; on y présentera en 2005 les technologies de l'information de pointe qui s'offrent aujourd'hui aux producteurs agricoles, de même que les dernières nouveautés en ce qui a trait à l'équipement ainsi qu'aux produits et services agricoles.
Renseignements : consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1860, courriel : chcgo-td@international.gc.ca.
Site Web : www.farmprogressshow.com

Fargo, Dakota du Nord (É.-U.)
Du 13 au 15 septembre 2005
La **Big Iron Farm Show and Exposition** attire chaque année plus de 70 000 visiteurs provenant des États-Unis et de l'étranger. Cette année, on y trouvera plus de 600 entreprises exposantes. C'est un rendez-vous à ne pas manquer pour les membres de l'industrie agricole.
Renseignements : consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : (612) 333-4641, courriel : mnpls-td@international.gc.ca
Site Web : www.bigironfarmshow.com

Grand Island, Nebraska (É.-U.)
Du 13 au 15 septembre 2005
À la 28e édition annuelle des **Husker Harvest Days**, toute une gamme de technologies agricoles sera présentée, et on y trouvera entre autres la démonstration d'équipement d'irrigation la plus complète au pays. Y seront également présentés de l'équipement de manutention du bétail, des objets d'artisanat et des articles de luxe.
Renseignements : consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : (612) 333-4641, courriel : mnpls-td@international.gc.ca.
Site Web : www.huskerharvestdays.com

Hô Chi Minh-Ville, Vietnam
Du 3 au 7 octobre 2005
La **Foire internationale du mobilier et de l'artisanat de Hô Chi Minh-Ville** sera la plus grande foire organisée au Vietnam pour l'industrie florissante du mobilier, du bois façonné et de l'artisanat traditionnel destinés à l'exportation.
Renseignements : consulat général du Canada à Hô Chi Minh-Ville, tél. : (011-84-8) 827-9899, courriel : hochi-td@international.gc.ca.
Site Web : www.trade.hochiminhcity.gov.vn

Aalborg, Danemark
Du 13 au 15 octobre 2005
DanFish International, la plus grande exposition d'équipement et de technologie halieutiques du Danemark, a accueilli plus de 20 000 visiteurs à sa dernière édition, y compris des délégations et des acheteurs provenant de 46 pays.
Renseignements : ambassade du Canada au Danemark, tél. : (011-45) 33-48-32-00, courriel : copen-td@international.gc.ca.
Site Web : www.danfish.com

Paris, France
Du 29 novembre au 2 décembre 2005
La 21e édition de **Pollutec**, une exposition internationale d'équipement, de technologies et de services liés à l'environnement, comptera 1 500 exposants provenant de 30 pays, et il s'agira de la plus grande foire commerciale de l'Europe consacrée à l'environnement. On y attend plus de 40 000 visiteurs.
Renseignements : Musto Mitha, délégué commercial, ambassade du Canada en France, tél. : (011-33) 1-44-43-29-00, courriel musto.mitha@international.gc.ca.
Site Web : www.pollutec.com

Shenzhen, Chine
Du 6 au 9 septembre 2005
Il y aura un pavillon du Canada à la 7e **China International Optoelectronics Exposition**, un lieu idéal pour prospecter des possibilités d'affaires dans le marché de l'optoélectronique en Chine, marché qui connaît un essor rapide.
Renseignements : Lisa Lei, coordonnatrice d'événements, Canadian Advanced Technology Alliance (Shenzhen), tél. : (011-86-755) 2654-8505, courriel : lisa@cata-china.org.
Site Web : www.cioe-online.com

Herning, Danemark
Du 15 au 17 novembre 2005
FoodTech Scandinavia 2005 est la plus grande foire commerciale de l'Europe du Nord consacrée aux secteurs de la transformation et de l'emballage des aliments. Cette année, FoodTech aura pour thème la sécurité alimentaire, et on y présentera notamment du matériel de fabrication pour l'industrie pharmaceutique.
Renseignements : ambassade du Canada au Danemark, tél. : (011-45) 33-48-32-00, courriel : copen-td@international.gc.ca.
Site Web : www.foodtech.dk

Tokyo, Japon
Du 22 octobre au 6 novembre 2005
La 39e édition du **Tokyo Motor Show** comptera des centaines d'exposants du Japon et d'autres pays qui sont de grands constructeurs d'automobiles. Voilà une excellente occasion pour les entreprises canadiennes de montrer leurs capacités à un public international.
Renseignements : Brian Sundue, Industrie Canada, tél. : (613) 946-8183, courriel : sundue.brian@ic.gc.ca
Site Web : www.tokyo-motorshow.com

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : 1 800 267-8376 (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : enqserv@international.gc.ca, site Web : www.international.gc.ca

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047